

FOTOCASA

Estratégia de marketing online para aproximar a marca do potencial cliente



O projeto

Cliente



Serviços usados

- Design UX and UI
- Social Media
- SEO
- Online Ads
- Analítica web

FOTOCASA, um dos principais portais classificados do setor imobiliário, detetou que a escassa atenção dedicada às redes sociais da empresa estava a prejudicar os resultados globais da empresa, além de não estar a aproveitar uma vantagem competitiva que estava a ser explorada por outras empresas do setor.

Por outro lado surgiu a necessidade de criar uma estratégia de comunicação digital para dar a conhecer os resultados dos seus estudos sectoriais para chegar a mais meios de comunicação e ao público em geral.

Desafios



Criar uma linha de comunicação disruptiva para o Fotocasa que se refletisse em utilizadores e tráfego.



Comunicar de forma gráfica dados setoriais de diferente complexidade e estabelecer uma comunicação multicanal utilizando as redes sociais com o objetivo de chegar aos seus públicos.



Integrar a sua necessidade de reconhecimento da marca ou "awareness" com o tráfego e utilizadores.



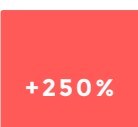
A solução

Apresentámos um novo plano de comunicação para os diferentes canais digitais com base num estudo das perceções dos utilizadores, clientes e as necessidades da marca que incluía uma estratégia de comunicação multicanal, colocando a ênfase na parte audiovisual e com uma nova linha de comunicação disruptiva para comunicar os novos valores da marca.

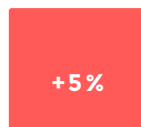
Por esse motivo estabeleceu-se um plano de investimentos para conseguir gerar mais tráfego e visibilidade e desenvolveu-se o portal Fotocasa Research onde se publicam os dados dos seus estudos ao mesmo tempo que se elaboram documentos para a media e se realizam ações em cobranding com outros canais de referência no setor como o Twitter para difundir esta informação.

O resultado

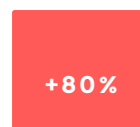
Alcancaram-se os objetivos qualitativos e quantitativos propostos anteriormente à criação de uma nova linha visual no ambiente digital de acordo com a imagem de marca, aumentou-se a visibilidade nas redes sociais em cerca de 250%, o crescimento mensal da comunidade aumentou em 5% e o tráfego a canais sociais cresceu em 80%.



Aumento de visibilidade em redes sociais.



Crescimento mensal da comunidade.



Aumento de tráfego em canais sociais.